

Notre brochure est épuisée !

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses**

Band (Jahr): **50 (1962)**

Heft 22

PDF erstellt am: **14.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-270076>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

<http://www.e-periodica.ch>

la page de l'acheteuse

qui veut connaître
ses produits, ses prix,
son pouvoir d'achat

Le prix du Nescafé

Nous avons reçu de la Société des produits Nestlé S.A. une longue lettre dont nous extrayons les parties les plus intéressantes :

« Nescafé est évidemment l'un des cafés solubles suisses les plus chers. Ce prix se justifie avant tout par les mélanges de cafés utilisés pour sa fabrication, qui sont tous de qualité supérieure.

Par contre, et contrairement à ce que vous dites dans votre article, il existe un avantage à acheter une grande boîte plutôt qu'une petite. Référez-vous au tableau que vous avez fait, poids pour poids, la boîte de 250 gr. de Nescafé est 7% moins chère que la boîte de 48 gr.

Soucieux de s'adapter le plus possible aux différents goûts des consommateurs européens, Nestlé offre des produits de qualité différente dans chaque pays. Vous vous étonnez qu'en Angleterre Nescafé soit meilleur marché qu'en Suisse. Nous voudrions ici attirer votre attention sur le fait que les consommateurs suisses bénéficient d'un produit différent en qualité du Nescafé anglais. L'An-

le gaz est indispensable

glais aime les cafés d'origine africaine, au contraire de la Suisse qui est habituée aux cafés fins et bien équilibrés d'Amérique centrale. Ces derniers sont sensiblement plus coûteux que les Robusta africains. Par analogie nous pourrions vous dire que généralement nos amis anglais trouvent notre thé suisse fade et sans consistance pour la simple raison que la Suisse utilise des thés moins fins et que la quantité qu'il emploie pour préparer une tasse est bien moins grande qu'en Angleterre.

Le Nescafé étant différent en qualité, il est normal que le prix soit également différent. C'est donc à tort que vous comparez le prix du Nescafé anglais au prix du Nescafé suisse en choisissant comme dénominateur commun le café soluble Elite qui, sauf erreur de notre part, est de qualité identique en Angleterre et en Suisse.

Bien que convaincus par les arguments de cette lettre, nous souhaitons exprimer deux vœux à l'adresse de la Société des produits Nestlé S.A. :

1. Serait-il possible que le poids de la petite boîte de Nescafé soit de 50 gr., comme il l'est en Angleterre et en Espagne par exemple, au lieu de 48 gr. ? Cela faciliterait, pour les acheteuses, une comparaison objective et rapide des prix.

2. Nescafé est bon marché en Angleterre, cher en Suisse. Nous sommes très flattés que pour nous on préfère les cafés surfin, mais pourquoi la maison Nestlé ne nous donne-t-elle pas le choix entre un Nescafé bon marché, fait avec un café « grossier » et le Nescafé habituel cher et fin ? Bien des ménagères, obligées de compter au plus juste, leur en seraient reconnaissantes.

Commission romande des consommatrices

Ecole d'assistantes sociales et d'éducatrices

1, ch. de Verdunnet - Lausanne - ☎ 32 02 18
Fondation subventionnée par la Ville de Lausanne, l'Etat de Vaud et la Confédération

Trois sections :

1. Assistantes et secrétaires sociales (Diplôme reconnu par l'Association des travailleurs sociaux) - Age d'admission : 20 ans.
2. Educatrices - Age d'admission : 18 ans.
3. Institutrices privées et jardinières d'enfants - Age d'admission : 16 ans. Classe d'enfants.

Direction : Mme A.-M. Matter, Dr ès sc. péd.

Cette page a été fournie par la Commission romande des consommatrices.

Des étiquettes sur les textiles?

Le 20 juin, M. W. Rohner, conseiller aux Etats et vice-président de l'Association suisse de l'industrie de la laine, a déposé au Conseil des Etats un postulat demandant que tous les textiles suisses et importés, confectionnés ou non, soient munis d'une étiquette indiquant les matières premières entrant dans leur composition.

En tant que consommatrices, nous ne pouvons qu'applaudir à cette initiative. De telles étiquettes nous permettraient de comparer les prix des vêtements en nous appuyant sur une base solide. Elles feraient certainement tomber les prix d'une quantité d'habits qui, actuellement, à cause de notre ignorance, peuvent être vendus à des prix surfaits. Le motionnaire ne nous racontait-il pas que le secrétariat de l'industrie de la laine avait fait analyser par les laboratoires fédéraux un tailleur pour dames vendu 200 fr. dans un magasin de Zurich. Le tissu de ce tailleur contenait une faible proportion de laine récupérée et une forte proportion de fibres artificielles. Il ne valait pas plus de 4 fr. le mètre. On peut par là jauger les coquets bénéfices réalisés grâce à notre ignorance.

L'étiquette demandée ne remplacera pas le « mouton », qui est un signe de qualité, nous indiquant que le tissu est en laine de tonte, elle ne nous dira pas si la laine est de bonne qualité ou non, elle nous indiquera quelle proportion de laine, de coton, de rayon entre dans sa composition.

Nous demandons à toutes nos lectrices de parler autour d'elles de ce postulat, de le signaler, d'en réclamer la prise en considération par nos autorités. Il est très important que l'opinion publique soit favorable à sa réalisation. En effet, il n'existe dans notre législation aucun article de loi réglementant les produits non alimentaires dont la nature

Malgré tout :

Buvez du lait

Le lait, on le sait, est un élément important de la production nationale ; il connaît des difficultés d'écoulement. Pour bien habituer les ménagères à s'en priver, on leur supprime le portage à domicile de cette précieuse denrée, à Lausanne et Genève, bien que ce soit un service public subventionné par la Confédération. Il paraît qu'en Suisse allemande, on trouve des distributeurs automatiques de lait en berlingot. Nous n'en avons pas dans le canton de Vaud, où l'on ne rencontre que des distributeurs automatiques de cigarettes. C'est autrement plus important ! D'ailleurs, le lait en berlingot a moins bon goût que le lait en vrac.

C'est exiger beaucoup des ménagères, leur imposer un souci de plus, un travail de plus, que de les envoyer chercher leur lait quotidien au diable vauvert ; pensez aux mères de famille, à celles qui travaillent au dehors durant toute la journée, aux malades, aux personnes âgées. Les ménagères doivent bien constater qu'elles sont toujours plus mal servies, qu'on exige toujours davantage de leur bonne volonté.

BIEN PEU DE COMPRÉHENSION POUR LA MÉNAGÈRE

Il ne faudrait tout de même pas exagérer cette bonne volonté et prétendre, ainsi que l'a fait un communiqué genevois, que ces restrictions dans la distribution du lait sont bien accueillies. Ni affirmer, ainsi que l'a fait certaine presse, que les ménagères sont satisfaites de couvrir après leur lait quotidien. D'ailleurs connaît-on l'opinion des ménagères ? La leur demande-t-on ? S'en inquiète-t-on ? L'an passé, des journaux lausannois exprimèrent le déplaisir des maîtresses de maison, à qui sans cesse on rajoute du travail. Qu'est-ce que la presse entendit alors ! Ce fut haro sur la presse ! Elle était à court d'information dans cette période estivale (quelle stupidité !); elle s'était permis des remarques déplacées, bâtement composées, qui ne cadraient pas avec la situation réelle...

Telles sont les remarques aimables auxquelles on s'expose quand on dit le déplaisir des consommatrices, qui voient diminuer lentement et sûrement les prestations du commerce, quel qu'il soit, où qu'il soit. Toujours plus mal servies, telle est la plainte des acheteuses, à une époque où l'on multiplie les cours de vente, où l'on développe la formation commerciale à grands coups de statistiques, où des messieurs fort graves, docteurs en beaucoup de choses et porteurs de belles serviettes, se livrent à l'étude des marchés. Toujours plus mal servies. Qui oserait prétendre le contraire ?

S. B.

n'a pas de répercussion sur la santé. C'est l'absence de cette loi-cadre qui risque d'empêcher la mise en application de ce postulat. Il est certain que toutes les entreprises qui fabriquent, importent, utilisent et vendent des textiles de faible qualité seront farouchement opposées à ce que les consommateurs soient renseignés sur la composition exacte de leurs marchandises. Les entreprises, au contraire, dont les produits sont de haute qualité ont tout intérêt à ce qu'une étiquette permette à l'acheteur de reconnaître celle-ci.

...

Postulat Rohner concernant la désignation des textiles

(Conseil des Etats, session d'été 1962,
37 cosignataires)

Le consommateur suisse se voit offrir un choix de marchandises qui, quant à la variété et l'abondance, n'est sans doute dépassé dans aucun autre pays du monde. Cette offre va de pair avec une réclame très poussée qui, dans de nombreux cas, ne renseigne toutefois pas objectivement le consommateur sur les produits.

Dans le domaine des denrées alimentaires, pour lequel les dépenses de ménage se montent à environ 30 %, l'Ordonnance sur le commerce des denrées alimentaires et des objets usuels pourvoit à ce que les consommateurs soient suffisamment renseignés. Dans le domaine des textiles, également important, où les dépenses des consommateurs privés sont d'environ 12 %, la clarté fait plus que jamais défaut.

Avec l'apparition d'innombrables matières artificielles et synthétiques et la fabrication de milliers de tissus mélangés, ainsi que par suite d'un nombre toujours plus grand de

nouveaux procédés d'apprêtage, les consommateurs manquent presque complètement de connaissances dans le domaine des textiles et de sûreté lors de leurs achats. Ce n'est qu'après avoir fait ces achats que la plupart des consommateurs peuvent se faire une idée de la valeur réelle des textiles pour l'habillement et le ménage, puisqu'ils ne reçoivent que rarement des indications sûres et précises sur la nature des produits qui leur sont offerts.

Dans plusieurs pays, notamment aux Etats-Unis d'Amérique, les consommateurs sont protégés contre les indications peu claires ou trompeuses, puisque des renseignements doivent être fournis avec précision sur les matières premières dont les textiles sont composés. D'autres Etats, par exemple l'Allemagne fédérale, s'occupent actuellement à mettre sur pied des dispositions légales analogues.

Le Conseil fédéral est invité, en vue de protéger les consommateurs suisses, à édicter une ordonnance concernant la désignation des textiles d'après leur composition et l'indication des matières premières utilisées pour leur fabrication.

Notre brochure est épuisée!

La petite brochure préparée par Mme Haag sur les menus à 2, 3 et 4 francs a eu un vif succès. En trois mois les trois mille exemplaires ont été vendus, mais elle a atteint un public plus vaste puisque deux périodiques ont reproduit les menus en entier, un quotidien les a reproduits partiellement et douze journaux l'ont signalée à leurs lecteurs. La dévouée caissière de la Commission romande et les deux « expéditrices » se souviendront de l'été 1962 où chaque courrier leur apportait une nouvelle pluie de demandes qu'il fallait satisfaire au plus vite, de crainte d'être débordée par les lettres subséquentes.

Nous comparons les étiquettes

LES BOISSONS FORTIFIANTES

L'Ordonnance fédérale réglant le commerce des denrées alimentaires consacre un chapitre spécial aux produits diététiques qui « doivent être particulièrement riches en éléments nutritifs » et doivent se distinguer « des aliments habituels par la façon dont ils sont préparés et par leur composition. » Ils doivent également « être confectionnés avec des matières premières de choix et avec un soin particulier, et être emballés soigneusement. » Enfin « lorsqu'il s'agit de produits composés, la nature des matières premières doit être indiquée sur l'emballage. »

Parmi les nombreuses préparations qui nous sont offertes, nous distinguons deux catégories : les produits diététiques à base de malt, aromatisés avec du cacao et les produits fortifiants à base de cacao, sans malt.

Produits diététiques à base de malt

Nom	Composition	Poids	Prix	Prix de 100 g.
Prontovo (Wander)	Lait, malt, levure, cacao sucre	500 g.	Fr. 4,75	Fr. 0,95
Ovomaltine (Wander)	Malt, lait, œufs, levure cacao	500 g.	Fr. 4,30	Fr. 0,86
Dawamalt (Wander)	Malt, lait, sucre de canne et raisin, sels minéraux	450 g.	Fr. 2,85	Fr. 0,63
Nescao (Nestlé)	Lait, malt, sucre, cacao vitamines, sels minéraux	500 g.	Fr. 4,25	Fr. 0,85
Forsanose	Lécithine, calcium, malt glucose, cacao	500 g.	Fr. 4,20	Fr. 0,84
Néomalt (Ziegler)	Malt, lait, cacao, sucre levure	250 g.	Fr. 2,85	Fr. 0,63
Eimalzin (Migros)	Malt, lait, œuf, sucre, miel sels minéraux, vitamines	500 g.	Fr. 3,—	Fr. 0,60

Produits fortifiants à base de cacao

Banago (Nago)	Cacao, banane, sucre de canne et raisin, phosphate calcium	450 g.	Fr. 3,40	Fr. 0,75
Kaba (Hag)	Cacao, sucre de canne et raisin, calcium, phosphates vitamines	250 g.	Fr. 1,90	Fr. 0,75
Suchard express	Cacao, sucre, calcium	250 g.	Fr. 1,90	Fr. 0,76

REMARQUES

On remarquera que pour 100 g. de produits diététiques à base de malt, le prix varie entre 60 et 95 ct. La différence de prix entre l'Ovomaltine et le Dawamalt est particulièrement frappante, puisqu'il s'agit de deux produits de la même maison et de composition très semblable, mis à part les œufs, pour autant qu'on en puisse juger par les indications des emballages. Nous avons souligné les matières premières qu'on ne trouve qu'exceptionnellement dans certains produits.